

**HUBUNGAN ANTARA AKTIVITAS PROMOSI AKUN
TIKTOK @PUBGMOBILEOFFICIALID DAN *BRAND*
AWERENESS PLAYER PUBG MOBILE
DI KOTA KUPANG**



Disusun oleh :

Stefanus Riadi Tes Mau (1423019115)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023**

SKRIPSI
HUBUNGAN ANTARA AKTIVITAS PROMOSI AKUN TIKTOK
@PUBGMOBILEOFFICIALID DAN *BRAND*
***AWERENESS PLAYER* PUBG MOBILE**
DI KOTA KUPANG

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun oleh :

Stefanus Riadi Tes Mau (1423019115)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stefanus Riadi TesMau

NRP : 1423019115

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul

Hubungan Antara Aktivitas Promosi Akun Tiktok @Pubgmobileofficialid Dan Brand Awereness Player Pubg Mobile Di Kota Kupang

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 05 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Stefanus Riadi TesMau

NRP. 1423019115

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI


**HUBUNGAN ANTARA AKTIVITAS PROMOSI AKUN TIKTOK
@PUBGMOBILEOFFICIALID DAN BRAND
AWARENESS PLAYER PUBG MOBILE
DI KOTA KUPANG**

Oleh :


Stefanus Riadi TesMau

1423019115

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji Skripsi.

Pembimbing I : Maria Yulastuti, S. Sos., M.Med.Kom. 

NIDN. 0707078607

Pembimbing II : Christopher Chandra, S.Des., M.Des. 

NIDN. 0713099401

Surabaya, 05 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 05 Juni 2023

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dekan,
Benita Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903.

Dewan Penguji :

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris: Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607
3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401
4. Anggota : Christopher Chandra, S.Des., M.Des.
NIDN. 0713099401

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya

Nama : Stefanus Riadi Tes Mau

NRP : 1423019115

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tahun Lulus : 2023

Dengan ini SETUJU Karya Ilmiah saya, dengan judul :

**Hubungan Antara Aktivitas Promosi Akun Tiktok @Pubgmobileofficialid Dan Brand
Awareness Player Pubg Mobile Di Kota Kupang**

Untuk dipublikasi / ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang
Hak Cipta yang berlaku

Surabaya, 05 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Stefanus Riadi Tes Mau

NRP. 1423019115

HALAMAN PERSEMBAHAN

"Tanpa Tuhan, kehidupan tidak memiliki tujuan. Tanpa tujuan, hidup tidak memiliki makna. Tanpa makna, kehidupan tidak memiliki harapan." Satu kalimat yang membuat diri ini bertahan dalam pembuatan skripsi ini. Untuk bapa dan mama, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang kalian berikan tidak pernah henti untuk mendukung saya dalam menghadapi kesulitan apapun dan selalu mengingatkan saya agar selalu berdoa supaya semua kegiatan bisa dilancarkan.

Skripsi ini merupakan sedikit perjuangan awal dari saya untuk kalian

Surabaya,
Stefanus Riadi TesMau

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Hubungan Antara Aktivitas Promosi Akun Tiktok @pubgmobileofficialid dan Brand Awareness Player PUBG Mobile Di Kota Kupang

Dalam proses pengerjaan hingga selesainya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, terima kasih atas segala bimbingan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dengan terselesaikannya tulisan ini, penulis berharap dapat membanggakan orangtua.
2. Dosen pembimbing, Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med. Kom., dan Christopher Chandra, S.Des., M.Des. selaku dosen pembimbing 1 dan 2. Saya ucapkan terimakasih telah memberikan bimbingan, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
3. Semua keluarga yang memberikan supportnya bagi penulis dalam menyelesaikan penelitiannya.
4. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPULDALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRSAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Batasan Masalah.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Kerangka Teori.....	26
2.2.1 Model Komunikasi Lasswell.....	26
2.2.2 Aktifitas Promosi	28
2.2.3 <i>Brand Awereness</i>	33
2.2.4 Pemasaran Digital	36
2.2.5 Tiktok.....	38

2.3	Nisbah antar Konsep	41
2.4	Bagan Kerangka Konseptual	44
2.5	Hipotesis	45
BAB III		46
METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	46
3.2	Metode Penelitian.....	47
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian	47
3.4	Defenisi Konseptual	48
3.5	Defenisi Operasional	49
3.6	Populasi dan Sampel	52
3.7	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.8	Teknik Pungumpulan Data.....	55
3.9	Teknik Validitas dan Reliabilitas	56
3.10	Teknik Analisis Data	59
BAB IV		65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	65
4.2	Uji validitas dan Reliabilitas	68
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
4.4.	Pembahasan Hubungan Antara Aktivitas Promosi Akun Tiktok @pubgmobileofficialid dan <i>Brand Awereness Player</i> Pubg Mobile di Kota Kupang	99
BAB V.....		103
PENUTUP.....		103
5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran	103
a.	DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Aktifitas Promosi	68
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Brand Awereness	69
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Aktifitas Promosi	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Awereness	71
Tabel 4.5 Identitas responden mengenai usia.....	72
Tabel 4.6 Identitas responden mengenai jenis kelamin.....	73
Tabel 4.7 Identitas responden mengenai Pendidikan terakhir.....	74
Tabel 4.8 Deskrpsi mengenai aktifitas promosi berdasarkan product.....	75
Tabel 4.9 Deskrpsi mengenai aktifitas promosi berdasarkan place.....	76
Tabel 4.10 Deskrpsi mengenai aktivitas promosi berdasarkan price	77
Tabel 4.11 Deskrpsi mengenai aktifitas promosi berdasarkan promotion	79
Tabel 4.12 Deskrpsi mengenai hasil aktifitas promosi	80
Tabel 4.13 Deskrpsi mengenai hasil Brand Awereness berdasarkan Top Of Mind	82
Tabel 4.14 Deskrpsi mengenai hasil Brand Awereness berdasarkan Brand Recall	84
Tabel 4.15 Deskrpsi mengenai hasil Brand Awereness berdasarkan Brand Recognition	85
Tabel 4.16 Deskrpsi mengenai hasil Brand Awereness berdasarkan Unaware of Brand	87
Tabel 4.17 Deskrpsi mengenai Brand Awereness	88
Tabel 4.18 Korelasi aktifitas promosi terhadap brand awereness	89
Tabel 4.19 Tabel Uji Normalitas.....	90
Tabel 4.20 Tabel Uji Linearitas	91
Tabel 4.21 Koefisien Regresi aktifitas promosi terhadap brand awareness	92
Tabel 4.22 Tabulasi Silang Usia dengan Aktivitas Promosi.....	94
Tabel 4.23 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Aktivitas Promosi.....	95
Tabel 4.24 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Aktivitas Promosi	95
Tabel 4.25 Tabulasi Silang Usia dengan Brand Awereness	97

Tabel 4.26 Tabulasi Silang jenis kelamin dengan Brand Awereness 98

Tabel 4.27 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Brand Awereness 98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	109
Lampiran 2 : Coding.....	116
Lampiran 3 : tabel reliabilitas aktivitas promosi (x)	120
Lampiran 4 : tabel reliabilitas brand awereness (y)	120
Lampiran 5 : tabel validitas indikator aktivitas promosi dan brand awereness	121
Lampiran 6 : Hasil SPSS identitas responden.....	125
Lampiran 7 ; Hasil SPSS Frekuensi Responden Kuesioner Indikator Aktifitas Promosi	126
Lampiran 8 : Hasil SPSS Frekuensi Responden Kuesioner Indikator brand awereness	130
Lampiran 9 : Hasil mean Responden Kuesioner Aktivitas Promosi.....	133
Lampiran 10: Hasil mean Responden Kuesioner Brand Awereness	133
Lampiran 11 : Hasil Tabulasi silang Responden Kuesioner Indikator Aktifitas Promosi	133
Lampiran 12 : Hasil Tabulasi silang Responden Kuesioner Indikator Brand Awereness	134
Lampiran 13 : Pearson Correlations Indikator Aktifitas Promosi dan Brand awereness	136
Lampiran 14 : Analisis regresi.....	136
Lampiran 15 : Uji Normalitas.....	137
Lampiran 16 : Uji Linieritas	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Background Game Pubg Mobile.....	8
Gambar 1.2	Data Pengalaman Bermain Game Pubg Mobile.....	10
Gambar 1.3	Jumlah pemain Pubg Mobile di Kota Kupang	11
Gambar 1.4	Data pengguna TikTok di Indonesia	14
Gambar 1.5	Tidak Terdapat Konten Promosi	16
Gambar 4. 1	Akun @pubgmobileofficialid.....	67

ABSTRSAK

Stefanus Riadi Tes Mau. 1423019115. Hubungan Antara Aktivitas Promosi Akun Tiktok @Pubgmobileofficialid Dan Brand Awareness Player PUBG Mobile Di Kota Kupang.

Dalam penelitian ini menggunakan teori Lasswell, mengusulkan teorinya sebagai strategi komunikasi massa. Dimana model strategi komunikasi massa, untuk mengidentifikasi komponen memerlukan perhatian yang sangat cermat dan tepat sehingga khalayak sasarnya besar, sebuah penelitian komunikasi massa. Selain itu dalam penelitian ini menemukan bahwa dalam judul aktivitas promosi akun tiktok @pubgmobileofficialid dengan brand awereness player pubg mobile di kota Kupang terdapat adanya hubungan, keterkaitan antara promosi dan brand awereness dalam melakukan pemasaran sebuah produk, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan menggunakan metode survey untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi, dan tabulasi silang. Sehingga pada penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan antara aktivitas promosi dengan brand awareness dengan koefisien korelasi sangat kuat.

Kata Kunci : PUBG, Promotion Mix, Brand Awareness

ABSTRACT

Stefanus Riadi Tes Mau. 1423019115. The relationship between promotional activities for the @Pubgmobileofficialid Tiktok account and PUBG Mobile brand awareness players in the city of Kupang.

Lasswell's theory proposes his theory as a mass communication strategy. Where is the model of mass communication strategy, to identify the components requiring very careful and precise attention so that the target audience is large, a mass communication study. In addition, this study found that in the title of the promotion activity for the TikTok account @pubgmobileofficialid with brand awareness player pubg mobile in the city of Kupang there is a relationship, a link between promotions and brand awareness in marketing a product, this research uses a quantitative approach with explanatory research and uses survey methods to test the research hypothesis using validity tests, reliability tests, correlation analysis, regression analysis, and cross-tabulations. So in this study it was found that there was a relationship between promotional activities and brand awareness with a very strong correlation coefficient.

Keywords: PUBG, Promotion Mix, Brand Awareness